

“长辈模式”

助银发族乐享数字生活



志愿者在教老人用手机

在移动互联网等科技迅猛发展的背景下,人们生活中的衣、食、住、行都被“互联网+”装进App,然而对于老年群体,在科技的壁垒下,生活变得多有不便。第七次全国人口普查数据显示,60岁及以上人口已超2.64亿,占比达到18.70%,老年人口规模庞大、老龄化进程加快。帮助老年人跨越“数字鸿沟”、享受互联网发展带来的便利,是适老化服务的重点。

**“互联网应用
适老化及无障碍改
造专项行动”已开展**

老年人与互联网时代的“数字鸿沟”越来越深已经成为一个不容忽视的现状。进医院出示健康码,结账出示付款码,线上叫车、线上买菜、线上问诊……互联网时代下,这些年轻人驾轻就熟的日常操作,对于绝大部分银发族却是举步维艰,生活中,他们遭遇到的智能化的烦恼比比皆是。想尝试,但学不会,或者不敢学,怕钱财被骗。不知不觉,老年人竟然成为这个时代的局外人。这一问题引发了国家有关部门的重视。

今年1月起,工业和信息化部在全国范围内启动为期一年的“互联网应用适老化及无障碍改造专项行动”。工信部新闻发言人在一季度工业和信息化发展情况新闻发布会上强调,针对当前老年人面临的“数字鸿沟”的问题,工信部将从电信服务的“老人座席”“一键呼入”,到App的大字体、智能终端的“长辈模式”,为老年人提供能感知、有温度、更便利的服务。

工信部近日亦印发通知,明确了《互联网网站适老化通用设计规范》和《移动互

联网应用(App)适老化通用设计规范》,助力老年人、残疾人等重点受益群体平等便捷地获取、使用互联网应用信息。通知指出,相关互联网网站、App在今年9月30日前参照两项规范完成适老化及无障碍改造后,可申请相关评测,通过评测后,将被授予信息无障碍标识,有效期为两年。

**手机厂商、
App积极进行
适老化改造**

近日,各大手机厂商纷纷行动,优化专为老年人设置的系统模式,多家互联网公司也在App中增设相应功能,使老年人更加方便、快捷地获取信息和服务。

华为手机推出“简易模式”。华为手机从EMUI 8.1版本开始,首次发布配图大字版《爸妈使用手机指南》;在EMUI 9.0系统中将手机“简易模式”从卡片式优化为桌面式,重点解决部分老年人使用手机的痛点。在该模式中,无需手动设置文字大小及声音高低,简易模式的第一步就是放大字体、按钮和声音,让文字和声音更清晰,也可快速访问屏幕语音朗读功能,用声音“看见”更多内容。化繁为简是减轻老年人使用手机障碍的重要因素。简易模式操作直接,让老年人更易在体验中获得“成就感”。此外,预设符合老年人的操作习惯,将输入法设定为手写模式,满足大部分老年人对于文字输入的要求。

针对老年群体的特点和需求,打车小程序通过适老化改造则可以实现老年人无障碍使用。今年1月22日以来,交通运输部指导滴滴出行、首汽约车、曹操出行、T3出行、美团打车等主要平台公司陆续开通了“一键叫车”功能,

为老年人提供快捷叫车、优先派单等服务,着力解决老年人在智能技术面前遇到的出行难题。其中,滴滴已在全国上线“滴滴老年版”微信小程序,用户在小程序内可设置超市、学校、子女住址、医院等10个常用地址,老年人只需选择常用地址,即可实现“一键叫车”。

在使用网购App方面,老年人遇到的问题在于字体太小看不清,流程太复杂不会用,满减促销、优惠信息看不懂,甚至担心支付安全等。对此,京东App于今年5月推出“长辈版”模式,这一版本专门为长辈们量身定制,对京东App从注册到支付,到售后服务的网购全流程进行改造。在注册时,京东App长辈模式可通过微信一键完成注册,并在验证码等环节简化验证加强手势引导,降低学习成本。同时,京东App页面还精简信息,加大字号,方便阅读和使用,并按照长辈们使用习惯对商品页面进行视频化和图片化改造,重点突出短视频内容、订单页面强化商品图片展示,方便老年人了解产品详情和选购。

**社会各界
共同助力银发
族触网**

诸多企业在对App进行适老化改造的同时,社会各界也推出了帮助银发族触网的志愿活动。4月20日,在重庆北碚区新时代文明实践中心内,20余名党员志愿者为社区老年人开展一对一的智能手机使用培训,帮助老年人告别“触网”困难;5月20日,滴滴公益基金会联合中国老年学和老年医学学会、中国老龄事业发展基金会,共同发起“全国智慧助老公益行动”,将在全国15个城市招募、培训两万名老年志愿者,通过“传帮带”的方式,帮助至少20万名老年人运用智能技术;5月27日,作为京东“暖阳计划”项目在成都举办的接力活动,京东客户体验与服务部走进成都老年大学,为老年人开展了一堂寓教于乐的“互联网培训课”……

家庭也是社会的重要一环。子女应积极行动起来,帮助家里的老年人触网。耐心地教老年人使用必需的手机软件,让他们出行、联络更便利;告诉他们如何辨别网络陷阱,多转发辟谣、科学的微信推送给他们看,告诉他们中奖信息、网络购物、电话欠费等各种各样新型诈骗形式,当老年人遇到涉及财物的操作多帮他们留留心……这些都是数字时代孝老敬老的体现。

◎本报记者 俞映云 文/图

焦点网谈

@天下网闻

新浪新闻App因未经用户同意收集
使用个人信息等问题遭网信办通报整改

近期,针对群众反映强烈的App非法获取、超范围收集、过度索权等侵害个人信息的现象,国家互联网信息办公室依据相关法律和有关规定,组织对运动健身、新闻资讯、网络直播、应用商店、女性健康等常见类型公众大量使用的部分App的个人信息收集使用情况进行了检测。

其中,微梦创科网络科技有限公司(中国)有限公司旗下的新浪新闻App

(7.59.0),存在违反必要原则,收集与其提供的服务无关的个人信息,未经用户同意收集使用个人信息等问题遭通报整改。

国家互联网信息办公室称,针对检测发现的问题,相关App运营者应当于本通报发布之日起15个工作日内完成整改。各地网信办指导督促本地区App运营者按要求限期进行整改。逾期未完成整改的将依法予以处置。(中国网)

我国网络版权产业市场规模首次破万亿元

日前,国家版权局发布的《2020年中国网络版权产业发展报告》(以下简称《报告》)显示,2020年中国网络版权产业市场规模首次突破1万亿元,同比增长23.6%。

《报告》指出,“十三五”期间,中国网络版权产业守正创新,提升内容质量、传承优秀文化、传播正能量、加速业态升级,市场体量增长超过一倍,年复合增长率接近25%。2020年,中国网络版权产业坚持科技创新、激活文化消费、赋能复工复产、助力脱贫攻坚,推动市场规模达到11847.3亿元,同比增长23.6%。

2020年,我国网络版权产业结构升级,新业态占比显著提升。网络新闻媒体和网络游戏依然是网络版权产业的核心业态,市场规模占比合计超六成。短视

频市场占比大幅提升,占比达到12.71%,较2019年提高2.19%;长视频面临转型挑战,市场占比为9.13%,较2019年下降2.4%;VR/AR受益于技术进步与消费级应用增长,占比大幅提升。

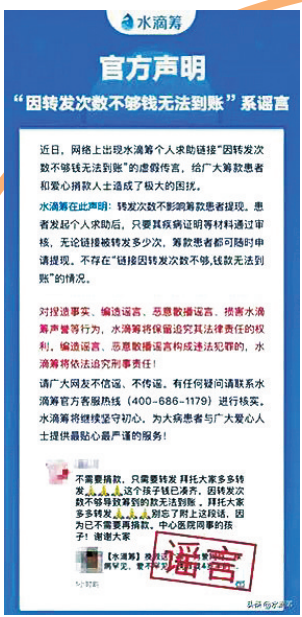
与此同时,2020年我国网络版权产业营收结构稳定,用户付费意愿有所提升。网络版权产业用户付费收入达5659.2亿元,在全部收入中占比为47.8%;版权运营收入达109.1亿元,在全部收入中占比为0.9%;广告及其他收入达6079.0亿元,在全部收入中占比为51.3%。产业营收结构呈现用户付费占比提升、广告占比下降的趋势;用户为优质内容付费的意愿有所提升,除付费订阅之外,知识付费、超前点播等新模式发展迅速。(新华网)

一周辟谣

筹款因转发次数不够
无法提现?

谣言内容:近日,一则关于“筹款因转发次数不够无法提现”的谣言在朋友圈广为流传。

真相:对此,水滴筹官方发出声明:水滴筹个人求助链接转发次数不影响筹款患者提现。患者发起个人求助后,只要其疾病证明等材料通过审核,无论链接被转发多少次,筹款患者都可随时申请提现。不存在“链接因转发次数不够,钱款无法到账”的情况。(来源:水滴筹)



广州荔湾区将建方舱医院?

谣言内容:近日,不少市民关心和询问石围塘街道一工地施工情况,并有个别群众在微信群中称“这里将建设方舱医院,收治新冠肺炎患者”。

真相:经向区住建部门和属地街道核实,网传消息不实,该工地实为防疫临时宿舍工程,目的是解决支援荔湾区防疫工作人员住宿问题。

(来源:中国互联网联合辟谣平台)

◎本报记者 闫 锴

“宅”家“云健身”

一起大变身



随着国内疫情的缓解,我市各健身场馆基本正常开放,当人们重新走出家门运动的同时,由疫情而兴起的“宅”家运动风潮也并未减弱,在一些微信运动群中仍有不少市民坚持每日家中运动打卡。“宅”家运动更是延伸出了大众健身的新趋势——“云健身”,训练直播、线上运动等“云健身”方式受到了大家的推崇。

线上健身房 教练成主播

“来,跟上节奏,1、2、3、4……”视频中正带领大家运动的是某健身教练小黑,他说,自疫情发生后,健身直播就成了他的重要教学工具。做健身直播的教练可不止小黑一个,在“Keep”运动App的直播课页面里,可以看到近百位教练推出的直播课程,内容也相当丰富,有理疗瑜伽、Zumba尊巴、山地骑行等等供大家选择。

对于资深健身人士来讲,不论在哪运动都会有自己的训练计划。但是对于大多数的

健身新手来说,一般没有明确的训练计划,较难坚持且动作容易做不到位,在家运动难以达到塑形、减脂效果。那么这个时候健身直播课就能帮上大忙,每场直播都有完整课程计划,课程涵盖运动前后的热身、拉伸,每个动作循环之间也有休息间隔,结束还有总结。小黑说:“在直播中我会时常提醒学员容易犯错的细节,学员也可以通过评论留言的方式与我互动提问,实现远程教学。”

“比起自己看着网络上的视频训练,跟着直播课锻炼更有互动性,让我更有锻炼热情。”一直坚持跟着直播课锻炼的陈先生表示,“而且课程设置专业、讲解清楚明白,真的很方便。”

健身环热卖 玩游戏瘦身

在家中置办健身器材已不是什么新鲜事,跑步机、动感单车、椭圆机等基础健身器材都成为不少家庭的健康装备,如今又有一款健身器材大火,那就是“健身环”。

一个普普通通的圆环能做什么?不少人对最近大火的健身环发出疑问,它是由日本任天堂公司推出的《健身环大冒险》游戏配套

设备,游戏者将感应设备穿戴在身上与健身环配合,通过全身动作进行游戏,一边健身一边在游戏中冒险,游戏中可实现60种的健身,并且可将记录上传至云端,与全球的玩家比赛竞争。

“它摆脱了传统健身器材笨重占地方的缺点,而且使用起来更有趣,让我爱不释手,像我之前购买的跑步机如今已成了‘积灰神器’。”95后的小汤说道。

游戏包含故事模式和健身模式,在游戏过程中玩家不仅能够体验到巨大、充实的奇幻冒险,还能出足够多的汗以达到健身的目的。将游戏和运动相结合,不仅摆脱了运动的枯燥性,在用户将注意力停留在惊险刺激的游戏画面上的同时,还使人暂时忘却运动带来劳累酸痛感。

云赛事兴起 全民动起来

为了迎合大众的需求,各个社交软件也发起了“云健身”活动。如“抖音”App发起的“线上健身房”活动,特邀汪东城、蒋梦婕、陈一冰等健身达人和明星,号召用户在家做运动。“抖音”还开发推出了“别撞墙”“杀毒达

人”等健身相关小游戏,如用户需在规定时间内,完成“墙上”的深蹲、耸肩、拉伸等动作,否则将会撞到前方的“墙”。这既发挥了抖音超休闲小游戏特性,也让健身增加趣味性,一时之间吸引了大量用户的参与。

因新冠疫情所产生的“云健身”越来越具有生命力,如今的“云健身”更是不再局限于家中。去年10月,中国田协协会首次举办了“跑遍中国”线上马拉松系列赛,携手全国31个省市自治区体育主管部门共同打造“线上+线下”全民健身IP,通过贯穿全年365天的千余场赛事,以创新融合的赛事玩法,逐渐点亮中国版图,吸引众多人群参与跑步健身活动,引领全民健身,助力全民健康。

与线下赛事不同,“线上跑”没有地域、人数限制,给了更多跑者参与的机会。同时,“线上跑”参与时间相对自由,比赛线路也更灵活,降低了

参与门槛,减轻了人员聚集带来的疫情防控压力。参赛者还能获得组委会颁发的电子成绩证书,完赛成绩也将纳入中国田径协会线上赛数据库。

◎本报记者 闫 锴

